

シャノン・マーケティング・プラットフォーム × OPROARTS 商談機会創出のためのイベント運営術

毎年10月に開催されるNTTコミュニケーションズ株式会社主催のイベント「NTT Communications Forum」。革新的なソリューションを求めて昨年度は4千人ものお客様がご来場されました。この「NTT Communications Forum」は、シャノン・マーケティング・プラットフォーム(以下、SMP)とOPROARTSとのコラボレーションにより効率的な運営がなされています。今回は同社広報担当の南林氏にイベント運営におけるSMPとOPROARTSの活用術について伺いました。



南林 絵里 氏

主な効果

- 営業メンバーの Excel 手入力の工数を削減
- 招待状が手元に届くまでの時間と印刷コストを大幅にカット
- 商談機会創出に貢献



商談機会創出のためのイベント運営

当社最大のプライベートイベントである「NTT Communications Forum」で、SMPとOPROARTSをどのように活用しているか。大まかにご説明させていただくと以下の通りです。まずは、営業担当が招待したいお客様にOPROARTSで生成したQRコード付きの招待状をお渡しします。イベント当日、受付でお客様から招待状を受け取り、SMPを通じて実際にお越しになられたお客様の出欠を管理。各ブース、各セミナーでQRコードを読み取り、どのお客様がどのような分野にご興味をお持ちか、個別の情報を収集していきます。

SMPから情報を得ることで担当営業はお客様がどのブースにいらっしゃるか、リアルタイムで確認できますので直接フォローすることも可能です。最後に、お客様よりアンケートを頂戴し、イベントを通して集められたお客様情報の質をさらに高め、効率的な営業活動へとつなげていきます。このようにSMPとOPROARTSを活用することで、「NTT Communications Forum」は、単に当社製品・サービスをPRするだけの場ではなく、商談機会を創出するための極めて重要な場となりました。

印刷コストの大幅削減を達成

イベントを開催する上で意外に工数を使ってしまうのが、実は招待活動なんです。特に元々お付き合いのあるお客様をご招待する「NTT Communications Forum」のようなイベントの招待状では、まず宛名が正確でなければいけません。お客様の会社、営業所の所在地、部署、

役職等が最新でなければ失礼にあたってしまいます。以前は、各営業担当がお客様情報をExcelに手入力し、それから集まった2万件近くのデータを印刷会社に渡して発注をかけていました。当然手間がかかりミスも発生しますし、何より招待状が印刷されてから営業の手に届くまでに時間がかかり過ぎてしまいます。この招待活動を効率化するために導入したのが、SMPと同じく個別情報の扱いに長けているOPROARTSです。これにより営業担当は、当社の顧客管理システムであるSF.one (Salesforce)からたった数クリックでQRコード付きの招待状をプリンター出力できるようになり、イベントの直前でも新しいお客様をご招待できるようになりました。またこれは思わぬ効果だったのですが、OPROARTSで直接印刷できるようになったことで、営業はSF.one (Salesforce)上の顧客データを常に最新に保つことを意識するようになったのです。顧客データが正確になれば連携するSMPの精度も上がり、結果、商談機会の増加にもつながります。

おもてなしの招待活動を世界へ

招待活動というのはお客様を訪問する上で良いきっかけにもなるんですね。心を込めた招待状を自分の手で渡すことで、お客様との関係を深めていく。こうした文化は日本特有のもので、海外では入力フォームをメールで送るのが一般的です。今後はOPROARTSを活用し、海外で開催されるイベントでもおもてなしの招待活動を進めていきたいと考えています。